

## BAB II

### MANAJEMEN KUALITAS DAN KINERJA KUALITAS PRODUK

#### 2.1 Pengertian Manajemen Kualitas dan Kinerja Kualitas Produk

##### 2.1.1 Manajemen Kualitas

Manajemen kualitas adalah suatu cara untuk meningkatkan performansi secara terus – menerus (*Continuous Performance Improvement*) pada setiap level operasi atau proses, dalam setiap area fungsional dari suatu organisasi dengan menggunakan sumber daya manusia dan modal yang tersedia menurut (Gaspersz, 2005). Manajemen kualitas sebagai semua aktivitas dari fungsi manajemen secara keseluruhan yang menentukan kebijakan kualitas, tujuan-tujuan dan tanggung jawab, serta mengimplementasikan melalui alat-alat seperti perencanaan kualitas (*Quality Planning*), pengendalian kualitas (*Quality Control*), jaminan kualitas (*Quality Assurance*), dan peningkatan kualitas (*Quality Improvement*) dalam ISO 8042 (*Quality Vocabulary*).

Definisi perencanaan kualitas, pengendalian kualitas, jaminan kualitas dan peningkatan kualitas menurut ISO 8042 (*Quality Vocabulary*) sebagai berikut:

1. Perencanaan Kualitas (*Quality Planning*) adalah penetapan dan pengembangan tujuan dan kebutuhan untuk kualitas serta penerapan sistem kualitas.
2. Pengendalian Kualitas (*Quality Control*) adalah teknik – teknik dan aktivitas operasional yang digunakan untuk memenuhi persyaratan kualitas.

3. Jaminan Kualitas (*Quality Assurance*) adalah semua tindakan terencana dan sistematis yang diimplementasikan dan didemonstrasikan guna memberikan kepercayaan yang cukup bahwa produk akan memuaskan kebutuhan untuk kualitas tertentu.

4. Peningkatan Kualitas (*Quality Improvement*) adalah tindakan-tindakan yang diambil guna meningkatkan nilai produk untuk pelanggan melalui peningkatan efektivitas dan efisiensi dari proses dan aktivitas melalui struktur organisasi.

Sementara Juran dan Frank (1995) mendefinisikan tentang manajemen kualitas sebagai suatu kumpulan aktivitas yang berkaitan dengan kualitas tertentu yang memiliki karakteristik. Karakteristik yang dimaksud sebagai berikut:

1. Kualitas menjadi bagian dari setiap agenda manajemen atas.
2. Sasaran kualitas dimasukkan dalam rencana bisnis.
3. Jangkauan sasaran diturunkan dari *benchmarking*: Fokus adalah pada pelanggan dan pada kesesuaian kompetisi; disana adalah sasaran untuk peningkatan kualitas tahunan.
4. Sasaran disebarkan ke tingkat yang mengambil tindakan.
5. Pelatihan dilaksanakan pada semua tingkat.
6. Pengukuran ditetapkan seluruhnya.
7. Manajer atas secara teratur meninjau kembali kemajuan dibandingkan dengan sasaran.
8. Penghargaan diberikan kepada performansi terbaik.
9. Sistem imbalan (*Reward Sistem*) diperbaiki.

Konsep trilogi kualitas yang dikenalkan (Juran dan Frank,1995), yaitu:

### 1. Perencanaan Kualitas (*Quality Planning*)

Perencanaan kualitas seharusnya melibatkan banyak pihak dan seharusnya dilatih dalam menggunakan metode modern dan alat-alat perencanaan kualitas.

Perencanaan kualitas melibatkan beberapa aktivitas berikut:

- a. Identifikasi pelanggan. Setiap orang yang akan dipengaruhi adalah Pelanggan.
- b. Menentukan kebutuhan pelanggan.
- c. Menciptakan keistimewaan produk yang dapat memenuhi kebutuhan Pelanggan.
- d. Menciptakan proses yang mampu menghasilkan keistimewaan produk dibawah kondisi operasi.
- e. Mentransfer atau mengalihkan proses ke operasi.

### 2. Pengendalian Kualitas (*Quality Control*)

Pendelegasian pengendalian kepada tingkat paling bawah dalam perusahaan melalui menempatkan karyawan ke dalam keadaan swakendali (*Self-Control*) dan mendukung pelatihan karyawan dalam pengumpulan data dan analisis untuk memungkinkan membuat keputusan berdasarkan pada fakta -fakta.

Pengendalian kualitas melibatkan beberapa aktivitas berikut:

- a. Mengevaluasi performansi aktual.
- b. Membandingkan yang aktual dengan sasaran.
- c. Mengambil tindakan atas perbedaan antara yang aktual dan sasaran.

### 3. Perbaikan Kualitas (*Quality Improvement*)

Perbaikan kualitas mencakup hal-hal berikut:

- a. Menciptakan kesadaran dari kebutuhan dan kesempatan untuk perbaikan.
- b. Menugaskan peningkatan kualitas dan membuatnya sebagai bagian dari setiap deskripsi pekerjaan.
- c. Menciptakan infrastruktur: menetapkan dewan kualitas, memilih proyek untuk perbaikan, menentukan/menunjuk tim, menyiapkan fasilitator.
- d. Memberikan pelatihan tentang bagaimana meningkatkan kualitas.
- e. Meninjau kembali kemajuan secara teratur.
- f. Memberikan penghargaan kepada tim pemenang.
- g. Mempropagandakan/mempopulerkan hasil-hasil perbaikan kualitas.
- h. Memperbaiki sistem balas jasa (*Reward Sistem*) dalam menjalankan tingkat perbaikan kualitas.
- i. Mempertahankan momentum melalui perluasan rencana bisnis yang mencakup sasaran untuk meningkatkan kualitas.

#### 2.1.2 Kinerja Kualitas Produk

Kualitas merupakan suatu istilah relatif yang sangat bergantung pada situasi. Ditinjau dari sudut pandang konsumen, secara subjektif kualitas adalah sesuatu yang cocok dengan selera (*fitness for use*). Produk dikatakan berkualitas apabila produk tersebut mempunyai kecocokan penggunaan dan memberikan manfaat pada pemakai. Secara objektif, kualitas adalah suatu standar khusus dimana kemampuannya (*availability*), kinerja (*performance*), keandalan

(*reliability*), kemudahan pemeliharaan (*maintainability*) dan karakteristiknya dapat diukur. Sedangkan dari sudut pandang produsen, kualitas diartikan sebagai kesesuaian dengan spesifikasi yang telah ditetapkan. Suatu produk akan dinyatakan berkualitas oleh produsen apabila produk tersebut telah sesuai dengan spesifikasinya. Menurut Ahire dan Dreyfus (2000) Kualitas internal merupakan penilaian terhadap kualitas produk akhir sebelum dikirim ke konsumen serta kualitas proses yang menyertainya. Kualitas eksternal merupakan kualitas produk yang dinilai dari sudut pandang konsumen akan kegunaan atau manfaat produk tersebut

Kualitas produk merupakan penggerak kepuasan pelanggan yang pertama dan kualitas produk ini adalah dimensi yang global (Darmadi dan Martusa, 2004). Kualitas produk merupakan suatu hal yang penting dalam menentukan pemilihan suatu produk oleh konsumen. Produk yang ditawarkan haruslah suatu produk yang benar-benar teruji dengan baik mengenai kualitasnya. Karena bagi konsumen yang diutamakan adalah kualitas dari produk itu sendiri. Konsumen akan lebih menyukai dan memilih produk yang mempunyai kualitas lebih baik bila dibandingkan dengan produk lain sejenis yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Menurut Mullins *et all* dalam Darmadi dan Martusa (2004), apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar, perusahaan harus mengerti aspek dimensi apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan tersebut dengan produk pesaing, indikator dari kualitas produk terdiri dari:

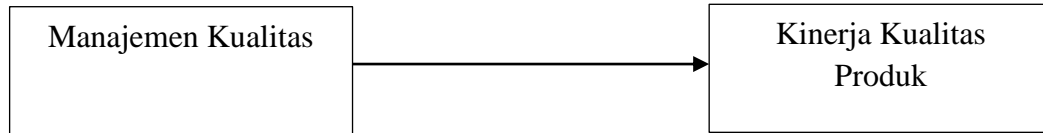
1. *Performance* (kinerja), berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk. Kinerja merupakan karakteristik atau fungsi utama suatu produk. Ini merupakan manfaat atau khasiat utama produk yang kita beli. Biasanya ini menjadi pertimbangan pertama kita membeli produk.
2. *Durability* (daya tahan), yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya tahan produk.
3. *Conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk.
4. *Features* (fitur) adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk. Dimensi fitur merupakan karakteristik atau ciri-ciri tambahan yang melengkapi manfaat dasar suatu produk. Fitur bersifat pilihan atau option bagi konsumen. Kalau manfaat utama sudah standar, fitur seringkali ditambahkan. Idenya, fitur bisa meningkatkan kualitas produk kalau pesaing tidak memiliki.
5. *Reliability* (reliabilitas) adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.
6. *Aesthetics* (estetika), berhubungan dengan bagaimana penampilan produk bisa dilihat dari tampak, rasa, bau, dan bentuk dari produk.

7. *Perceived quaility* (kesan kualitas), sering dibilang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan. Jadi, persepsi konsumen terhadap produk didapat dari harga, merk, periklanan, reputasi, dan negara asal.

### **2.1.3 Hubungan Manajemen Kualitas dan Kinerja Kualitas Produk**

Manajemen kualitas merupakan serangkaian proses untuk menghasilkan produk yang berkualitas. Manajemen kualitas yang efektif menghendaki agar para *supplier* dapat menunjukkan bukti bahwa keseluruhan komponen yang mereka pasokan memenuhi standar kualitas yang telah ditetapkan. Perusahaan harus menentukan apakah akan menerima atau menolak suatu komponen yang dikirim oleh *supplier*. Disamping memperhatikan kualitas pada komponen, manajemen kualitas yang efektif juga menghendaki agar tidak meneruskan pengerjaan produk yang cacat atau rusak pada proses berikutnya dan tidak meneruskannya kepada konsumen, sehingga diperlukan pengawasan kualitas agar dapat mengurangi jumlah produk cacat yang ditimbulkan oleh sistem operasi perusahaan. Dengan demikian, manajemen kualitas proses mempunyai dampak terhadap kinerja kualitas proses.

## 2.2 Kerangka Pemikiran dan Rumusan Hipotesis



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Atas dasar kerangka pemikiran teoritis tersebut hipotesis penelitian dapat diturunkan sebagai berikut :

H1 : Manajemen kualitas berpengaruh signifikan terhadap kinerja kualitas produk.

## 2.3 Penelitian Terdahulu

Keberadaan penelitian terdahulu sangat penting sebagai bahan informasi dan perbandingan terhadap penelitian ini. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya ditunjukkan dalam tabel berikut ini.

Tabel 2.1  
Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun dan Judul	Variabel	Analisis Data	Hasil Penelitian
1	Wardani (2011) "Pengaruh Sistem Akuntansi Manajemen Terhadap	- Sistem Akuntansi Manajemen - Manajemen Kualitas Proses - Kinerja	<i>Moderated Regression Analysis</i> (MRA)	Hasil uji hipotesis khususnya uji F ditemukan bahwa sistem akuntansi manajemen dapat dipakai dalam menguji pengaruh sistem akuntansi manajemen terhadap pengendalian biaya kualitas produk di



	Hubungan Manajemen Kualitas Proses Dan Kinerja Kualitas Produ	Kualitas Produk		CV. Sarana Marine Fiberglass Manado. Hasil uji hipotesis ditemukan bahwa secara parsial sistem akuntansi manajemen berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengendalian biaya kualitas produk di perusahaan CV. Sarana Marine Fiberglass Manado
2	Tengor dkk (2016) Pengaruh Sistem Akuntansi Manajemen Terhadap Pengendalian Biaya Kualitas Produk pada CV. Sarana Marine Fiberglass Manado	- Sistem Akuntansi Manajemen - Pengendalian Biaya Kualitas Produk	Regresi Linear Sederhana	Hasil uji hipotesis ditemukan bahwa sistem akuntansi manajemen berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengendalian biaya kualitas produk di perusahaan CV. Sarana Marine Fiberglass Manado
3	Butarbutar dkk (2017) Analisis Penerapan Sistem Akuntansi	- Sistem Akuntansi Manajemen - Pengendalian Kualitas Produk	Deskriptif Kualitatif	1) sistem akuntansi manajemen terhadap pengendalian kualitas produk sudah diterapkan di PT. Empat Saudara Manado. dalam penerapannya sistem akuntansi manajemen di

	Manajemen Terhadap Pegendalian Kualitas Produk di PT.Empat Saudara Manado			<p>PT.Empat Saudara Manado telah menunjukan sebagai alat dalam pegendalian kualitas produk, dengan 3 metode sebagai landasan utama yang dijalankan yaitu tujuan kualitas (<i>Quality Goals</i>), umpan balik kualitas (<i>Quality Feedback</i>), dan kualitas insentif (<i>Quality Insestive</i>); 2) Penerapan sistem akuntansi manajemen terhadap pegendalian kualitas produk di PT.Empat Saudara Manado ternyata dapat membantu manajer untuk lebih siap dalam menghadapi permasalahan perusahaan dan mengendalikan kualitas produk untuk tetap menjaga kualitasnya agar tidak tersaingi oleh perusahaan lain, serta sistem akuntansi manajemen dapat menyajikan laporan kualitas yang berguna untuk mengembangkan kualitas produk</p>
4	Ulfah dan Susilo (2013) Analisis Pengaruh Implementasi Manajemen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Manajemen Kualitas</li> <li>- Kinerja Organisasi</li> </ul>	SEM PLS	<p>Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa semua hipotesis yang diajukan dapat diterima. Variabel Faktor Strategik, Faktor Taktis, dan Faktor positif dan signifikan</p>

	Kualitas Terhadap Kinerja Organisasi Pada Usaha Kecil Menengah Di Kota Salatiga			terhadap Kinerja Finansial dan Kinerja Non-Finansial
5	Mu'minin (2015) Sistem Akuntansi Manajemen, Manajemen Kualitas Proses dan Kinerja Kualitas Produk Pada PT Bumi Lingga Pertiwi Gresik	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sistem Akuntansi Manajemen</li> <li>- Manajemen Kualitas Proses</li> <li>- Kinerja Kualitas Produk</li> </ul>	Analisis Deskriptif	Sistem akuntansi manajemen PT Bumi Lingga Pertiwi Gresik memiliki tujuan perusahaan, sasaran-sasaran yang ingin dicapai, dan upaya ini hanya tercapai jika seluruh elemen perusahaan terintegrasi untuk bersama-sama bekerja mencapai tujuan. Manajemen kualitas proses PT Bumi Lingga Pertiwi Gresik memiliki beberapa proyek perumahan yang sudah berjalan diantaranya perumahan Gresik Kota Baru dan Pondok Permata Suci. PT Bumi Lingga Pertiwi Gresik mempersiapkan segala sesuatunya

Berdasarkan beberapa hasil penelitian terdahulu di atas, maka dapat disimpulkan bahwa penerapan sistem akuntansi manajemen pada perusahaan akan mempengaruhi manajemen kualitas produk baik pada tingkat pengendalian, koordinasi, dan perencanaan. Dengan semakin baiknya sistem pengendalian tersebut telah mempengaruhi arah perusahaan ke arah yang lebih baik, sehingga hal ini mempengaruhi meningkatnya kinerja kualitas produk yang dihasilkan oleh perusahaan.

